



# Mercados Territoriais e Transformação dos Sistemas Alimentares: Avanços em Agroecologia, Soberania Alimentar e Direitos Humanos

Diálogo Latino-Americano  
14 de março 2023

Escrito por Flavio Bladimir  
Rodríguez Muñoz

Com agradecimentos a Nicoll Aladana  
Sanchez, Francesco Londoño, Iliara  
Montenegro e Camila Ramires



# Índice

## Secção 1

<b>Comentário de Abertura por Sofía Monsalve Suárez, membro do IPES-Food</b>	<b>3</b>
--	----------

## Secção 2

### **ESTUDOS DE CASO DE MERCADOS TERRITORIAIS QUE AVANÇAM RUMO A MUDANÇAS POSITIVAS**

INTRODUÇÃO por Sofía Monsalve Suárez	4
2.1 EXEMPLOS DO MOVIMENTO AGROECOLÓGICO DA AMÉRICA LATINA E CARIBE (MAELA)	6
2.1.1 <i>Organização de Articulação e Desenvolvimento Ecológico em Café Vida</i>	6
2.1.2 <i>Exemplos da Colômbia</i>	6
2.1.3 <i>Exemplos do México</i>	7
2.2 UNIVERSIDADES	8
2.2.1 <i>Universidad Nacional de Quilmes, Argentina</i>	8
2.3 RENAF E OUTROS EXEMPLOS DA COLÔMBIA	9
2.3.1 <i>Rede Nacional de Agricultura Familiar (RENAF), Colômbia</i>	9
2.3.2 <i>Contribuição da Universidad Nacional da Colômbia</i>	9
2.4 INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – BRASIL	9
2.5 ENLACE CONTINENTAL DE MULHERES INDÍGENAS (ECMIA)	9
2.5.1 <i>Costa Rica</i>	10
2.5.2 <i>Colômbia</i>	10
2.5.3 <i>Peru</i>	10

## Secção 3

<b>QUADRO DE DEFINIÇÕES</b>	<b>11</b>
-----------------------------	-----------

## Secção 4

### **EXEMPLOS DE BARREIRAS AOS MERCADOS TERRITORIAIS E COMO SUPERÁ-LAS**

INTRODUÇÃO DE ELISABETTA RECINE, MEMBRO DO PAINEL IPES-FOOD	12
4.1 O papel do estado	14
4.2 Dimensão de gênero: violência e desigualdades	15
4.3 Alianças com universidades, produção acadêmica e abordagem conceitual	15
4.4 Sistemas alimentares ancestrais	15
4.5 Indústria, sistema alimentar convencional e violência	16
4.6 Aspectos organizacionais	16
4.7 Mudanças climáticas	16

## Secção 5

<b>Observações Finais por Sofía Monsalve Suárez</b>	<b>17</b>
---	-----------

## Secção 6

### **ANEXO**

6.1 Lista de recursos mencionados pelo/as participantes	18
---	----

# Comentário de Abertura por Sofía Monsalve Suárez, membro do painel IPES-Food

***O painel do IPES-Food é composto por 23 pessoas de 16 países, incluindo economistas de desenvolvimento, nutricionistas, sociólogos e profissionais da sociedade civil.***

Este diálogo latino-americano dá-se no âmbito do Painel Internacional de Especialistas em Sistemas Alimentares Sustentáveis (IPES-Food). Trata-se de um grupo independente de especialistas cuja missão é promover a transição para sistemas alimentares sustentáveis em todo o mundo. Tendo em vista a realização desse tipo de diálogo em outras regiões – o IPES-Food estudou o tema “Mercados Territoriais” na América do Norte e na Ásia – e também o avançado trabalho de consulta e síntese já realizado na África, as lições aprendidas nesses contextos serão levadas em consideração.

A abertura e as boas-vindas estiveram a cargo de Sofía Monsalve Suárez, que trabalha para a FIAN Internacional e é uma das duas mulheres latino-americanas integrantes deste painel internacional.

Esta iniciativa tem por base o trabalho anterior realizado em conjunto pelo IPES-Food e pelo Grupo ETC (Grupo de Ação sobre Erosão, Tecnologia e Concentração), a partir do qual puderam ser identificados os principais desafios a serem enfrentados no futuro e os pontos estratégicos de atuação para a construção da soberania alimentar e, em geral, de sistemas alimentares alternativos que respeitam a vida em toda a sua complexidade, sendo os “Mercados Territoriais” um de seus elementos-chave.

O aprofundamento na questão dos “Mercados Territoriais” revela-se ainda mais necessário quando levamos em consideração o fracasso da estratégia de segurança alimentar baseada no livre comércio (tal fracasso ficou mais evidente durante a pandemia de Covid-19), o agravamento da crise climática e as crises geopolíticas, conflitos armados e guerras que hoje a humanidade atravessa.

Portanto, neste momento, é essencial colocar-nos a pergunta: quais são os sistemas alimentares de que necessitamos? Nesse contexto, fortalecem-se cada vez mais as perspectivas das comunidades indígenas e camponesas de todos os territórios e continentes, e a reterritorialização dos sistemas alimentares é apresentada como uma das estratégias mais importantes. Esta é a motivação que levou o IPES-Food a abordar a questão dos “Mercados Territoriais”, uma vez que estes são um dos componentes do conceito de sistemas alimentares.

# 2

## Estudos de Caso em Mercados Territoriais que Avançam Rumo a Mudanças Positivas

### *Introdução por Sofía Monsalve Suárez*

Devemos ter em mente que o conceito de “mercados territoriais” foi uma contribuição do trabalho conjunto entre a sociedade civil e os povos indígenas no Comitê de Segurança Alimentar da ONU, em que, como resultado de um processo de discussão, surgiu um conjunto de recomendações para fortalecer a conexão entre os pequenos produtores e os mercados.

Assim, entende-se que os mercados territoriais são compostos, em nível local e regional, por uma gama de diferentes atores, entre os quais estão pequenos produtores de alimentos (camponeses e pescadores), trabalhadores do setor alimentício, organizações e cooperativas que processam alimentos, distribuidores de cadeias curtas e povos indígenas, além de outros tipos de atores, como universidades, governos locais, redes de agroecologia e cadeias curtas de abastecimento alimentar. Essa diversidade de atores nos permite identificar também o caráter multifuncional dos mercados territoriais.

Outras características dos mercados territoriais identificadas pelo mecanismo da sociedade civil são: a) constituem-se como um processo de construção coletiva; b) estão baseados em um território específico, podendo ser locais, regionais ou mesmo nacionais; e c) há neles uma estreita ligação entre produtores e consumidores. Em outras palavras, a cadeia de distribuição de alimentos é curta, e os mercados, além de diversificados (o que lhes confere maior resiliência e estabilidade em tempos de crise), também desempenham papéis ecológicos, pois evitam e reduzem as emissões de CO<sub>2</sub>.

Dessa forma, têm sido apresentados como mercados que: a) possuem maior sintonia com os ecossistemas em que estão localizados; b) estão ancorados a uma dimensão de saúde; e c) garantem a disponibilidade de alimentos frescos e diversificados. Isso inclui a comercialização de alimentos nativos endêmicos de ecossistemas e territórios específicos – aspecto que contribui para a constituição da saúde nutricional nas comunidades que dependem dos mercados territoriais. Por outro lado, ressalta-se que cumprem uma função social e produtiva, já que proporcionam maiores remunerações aos pequenos produtores, dando-lhes também maior controle e autonomia no que se refere a comércio e distribuição de alimentos. Ao mesmo tempo, esse aspecto contribui para o fortalecimento das economias territoriais e permite que a riqueza gerada seja retida e redistribuída, realimentando os circuitos econômicos locais.

Quanto ao grau de formalização ou institucionalização dos mercados territoriais, existem diferentes arranjos em diferentes locais. Em alguns lugares, eles são informais ou estão a meio caminho entre formal e informal, enquanto em outros têm ligações importantes com órgãos públicos.



## Perguntas Orientadoras

*Quais são os exemplos de mercados territoriais em sua região que estão impulsionando a transformação do sistema alimentar?*

*Qual(quais) mudança(s) positiva(s) eles estão acelerando e como? (por exemplo, expansão da agroecologia, aprofundamento das conexões com os costumes alimentares tradicionais, aumento da renda dos agricultores, promoção da soberania alimentar, etc.).*

## 2.1 EXEMPLOS DO MOVIMENTO AGROECOLÓGICO DA AMÉRICA LATINA E CARIBE (MAELA)

### 2.1.1 Organização de Articulação e Desenvolvimento Ecológico em Café Vida

Os mercados territoriais:

- Fortalecem a economia local e a economia das famílias camponesas.
- Tornam-se a maneira pela qual o território se vincula à comunidade, e também à culinária.
- A produção de alimentos está ligada aos ciclos produtivos, ciclos de colheita e às diferentes estações (alimentos sazonais), dando-se, portanto, no âmbito dos processos produtivos das comunidades. Exemplos: alimentos da estação chuvosa, alimentos cerimoniais, etc.
- Permite uma alimentação e uma produção de alimentos conectadas com a identidade e, através disso, seu fortalecimento como comunidades e povos indígenas.
- Permitem a transmissão, a conservação e o resgate de conhecimentos por meio da troca de receitas e da produção e da troca de alimentos ligados à sazonalidade, de modo que as comunidades e os produtores dos mercados territoriais têm se configurado como guardiões de sementes.
- Consolidam uma ética do cuidado e do cuidado coletivo.
- Reduzem o desperdício de alimentos, pois promovem a consciência de trocar e adquirir apenas o que é necessário.
- Configuram-se como mercados de troca: além das trocas monetárias convencionais, há também outros tipos de troca em que o dinheiro não é empregado e que se valem de maneiras não econômicas para estocar alimentos. Isso, por sua vez, é entendido como uma gestão agroecológica do território.
- Promovem o consumo consciente à medida que fortalecem os laços de comunidade e coletividade entre os produtores de alimentos e os consumidores.
- Ajudam a reduzir a lacuna da desigualdade de gênero, pois, quando as mulheres produzem, comercializam, processam e trocam alimentos, estão ganhando acesso à terra, à água e ao território. Por isso, estão influenciando a gestão desses espaços, incentivando a distribuição equitativa das tarefas.
- Promovem a soberania alimentar.
- Promovem os direitos humanos de meninas e meninos à nutrição adequada.
- Promovem o autocuidado das mulheres, pois constituem um processo do qual elas também participam, permitindo que tenham uma dieta adequada e não sejam apenas responsáveis pela alimentação de outras pessoas.
- Reconfiguram as lógicas de cuidado locais, pois contribuem para favorecer a nutrição adequada nos contextos locais e/ou nas comunidades produtoras.
- Ajudam a pôr fim a diferentes tipos de violência, como a violência econômica e as diferentes manifestações da violência de gênero.
- Tornam visível a conexão (que muitas vezes ajudam a reestabelecer) do território com a espiritualidade e as tradições culturais.
- Criam consciência sobre a alimentação, sobre o que é consumido e por que é consumido – o que, por sua vez, se configura como um testemunho de onde as comunidades vêm e as ajuda a se posicionar em relação ao futuro e ao que se deseja dele.
- Permitem o desenvolvimento de relações de solidariedade em torno da alimentação e da vida em geral.

### 2.1.2 Exemplos da Colômbia

Os mercados territoriais geram duas experiências do departamento de Antioquia:

- A primeira ocorreu em Támesis, onde os camponeses do município, com a bandeira “O solo é para plantar”, redefiniram o uso da terra quando uma mineradora tentou acessar o território para explorar seus recursos. Nessa experiência, os mercados territoriais permitiram ressignificar o espaço público, implantando mercados camponeses em frente à sede do governo municipal uma vez por semana.

- A segunda experiência deu-se em Copacabana, no norte de Antioquia, onde foi estabelecido um mercado camponês que não só busca fazer trocas monetárias, mas também se propõe a fazer uma transformação cultural por meio da formação, da arte e do encontro.

### 2.1.3 Exemplos do México

- Como resultado da pandemia, novas estruturas e novos mecanismos para os mercados locais começaram a ser gerados, como as redes alimentares alternativas e as cestas agroecológicas. Alguns exemplos podem ser consultados em: <https://lacoperacha.org.mx/redal-app-de-soberania-alimentaria-en-mexico/>
- A Lei de Produtos Orgânicos do México reconhece a Certificação Orgânica Participativa. Os comitês de certificação são compostos por pequenos produtores camponeses, produtores agroecológicos, técnicos e consumidores, que fazem o acompanhamento dos produtores agroecológicos para que possam obter a certificação e, com isso, chegar mais facilmente a diferentes tipos de mercado ou diferentes locais onde possam vender seus produtos como agroecológicos. Tal certificação confere confiança e credibilidade aos produtores, fortalecendo também as redes de intercâmbio.



## 2.2 UNIVERSIDADES

### 2.2.1 Universidade Nacional de Quilmes, Argentina

Projeto universitário de coconstrução de conhecimento e desenvolvimento territorial do que denominam “Circuitos alimentares socioeconômicos”, dentro do qual desenvolvem diferentes iniciativas de acompanhamento e incubação social de experiências de mercados territoriais.

- Entre essas experiências, está o Mercado Territorial da Agricultura Familiar, uma rede de produtores e consumidores formada em 2015 que conta com aproximadamente 2000 famílias associadas no nível de consumo e 70 unidades produtivas associadas em Buenos Aires.
- Outra experiência é a Central Cooperativa, um centro logístico atacadista no mercado central de Buenos Aires que conecta a produção regional diretamente com diferentes províncias argentinas por meio dos mercados territoriais.
- O terceiro caso é o da Federação Comercializadora de Alimentos da Economia Social.

O projeto também promoveu:

- Uma articulação entre redes, como que se estabeleceu entre a Federação Alta Red, a Alimentos Cooperativas e o Mercado de Cercanías, que é o mercado público.
- A abertura de um armazém dentro da Universidade – o Almacén Autogestivo [Armazén Autogestionado] – onde docentes, comunidade educativa e estudantes possam consumir alimentos produzidos por pequenos produtores, cooperativas e agricultura familiar.

Desde 2013, temos trabalhado no desenvolvimento da incubação universitária por meio de processos transversais da economia social e solidária (ESS), como é o caso da geração e do fortalecimento de circuitos alimentares socioeconômicos. Por isso, compartilhamos a experiência das práticas acadêmico-territoriais de incubação de processos desenvolvidas pela Incubadora Universitária de Economia, Mercado e Finanças Solidárias (IUEMFS) da Universidade Nacional de Quilmes (UNQ).

A IUEMFS faz parte do Programa Universitário de Incubação Social (PUIS) da UNQ e da extensa trajetória universitária do Projeto Construindo Redes Empreendedoras em Economia Social (CREES). A incubadora iniciou suas atividades em 2014, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento de circuitos socioeconômicos alimentares por meio da construção e do fortalecimento de redes de produtores/as (cooperativas, empresas recuperadas, empreendimentos, produtores/as da agricultura familiar, entre outros), comercializadoras e consumidores/as da ESS. A IUEMFS desenvolve sua ação de vínculo universitário a partir de um paradigma de coconstrução de conhecimentos, orientado para a valorização econômica e para a inovação sociotécnica no campo da ESS, promovendo o desenvolvimento e a geração de mercados sociais na região metropolitana de Buenos Aires (Conurbano e Cidade Autônoma de Buenos Aires).

Para tanto, a IUEMFS promove a articulação com diversas organizações da ESS e entidades do sistema técnico-científico com o objetivo de desenvolver três tipos de circuitos socioeconômicos alimentares: a) circuitos socioeconômicos curtos; b) circuitos socioeconômicos institucionais; e c) circuitos socioeconômicos atacadistas. Além disso, promove uma linha de finanças solidárias para a comercialização e para o consumo na ESS. Essa forma de incubação de processos baseada na geração e no fortalecimento de mercados sociais desenvolve diferentes mecanismos de interação, associativismo e cogestão, estimulando a articulação em redes associativas e socioeconômicas de atores e sujeitos vinculados à ESS.

Com base no exposto, neste documento compartilhamos as características e os caminhos desenvolvidos em três iniciativas de interesse da Incubadora através do trabalho com cooperativas, redes e articulações: o Almacén Autogestivo, o Mercado Territorial da Agricultura Familiar e a Central Cooperativa. Por outro lado, o trabalho desenvolvido permitiu a construção da Federação Alta Red. Trata-se da primeira Federação que reúne doze comercializadoras cooperativas e distribui alimentos em larga escala de grupos produtivos em todo o país no marco da Economia Popular, Social e Solidária.



## **2.3 RENAF E OUTROS EXEMPLOS DA COLÔMBIA**

### **2.3.1 Rede Nacional de Agricultura Familiar (RENAF), Colômbia**

A RENAF realizou uma campanha para identificar os mercados territoriais a nível nacional, torná-los visíveis, posicioná-los e garantir uma mobilização efetiva. O objetivo desse processo também foi entender o funcionamento de tais mercados, suas formas de associação e produção, tanto as tradicionais quanto aquelas que não necessitam e/ou não utilizam agrotóxicos.

- Desembaralhar o poder da informação: foi feita uma ordenação de informações para armazenar as informações dos mercados, articulá-las e entregá-las e/ou devolvê-las a eles. Esse processo se baseia na ideia de que informação gera poder. Assim, procura fazer com que os pequenos produtores sejam detentores de informação e esta se configure como uma ferramenta para transformar a lógica de poder dentro dos territórios.
- Especificamente, teceu-se uma série de informações substanciais com as quais se pôde narrar o que estava acontecendo com os campos de produção no nível familiar, como essas formas de produção eram distribuídas e, em seguida, como o mercado se relacionava com o território, como as unidades produtivas se relacionavam com as lógicas territoriais, quais eram os pisos climáticos e as diferentes produções que esse tipo de mercado poderia elaborar em cada um deles e suas quantidades (o que incentiva ou implica a diversidade ecológica alimentar).
- Assim, os mercados territoriais geram capacidade de reação coletiva diante de momentos de crise, como a desencadeada pela pandemia de Covid-19, permitindo que muitos mercados subsistam.

### **2.3.2 Contribuição da Universidade Nacional da Colômbia**

2004-2016: Processo dos mercados camponeses da Região Central da Colômbia.

Os mercados camponeses foram uma iniciativa de organizações sociais e camponesas que, graças a esse projeto, conseguiram influenciar a política pública de Bogotá para ter apoio permanente da prefeitura da cidade e obter recursos da União Europeia. O processo chegou a mais de 100 municípios, cerca de 2000 famílias de 5 departamentos da Região Central.

- Rede Nacional de Agricultura Familiar (RENAF): é a maior experiência de mercados territoriais na Colômbia e inclui tanto mercados municipais quanto regionais.
- Confederação Agrossolidária: experiência que reúne muitas experiências locais.
- Essas iniciativas levam ao empoderamento das mulheres, e a participação nesses mercados tem um efeito multiplicador em comparação com os convencionais. Isso porque, quando um/a agricultor/a vende diretamente seus produtos, ele/a conhece os preços, adquire habilidades de negociação e poderá multiplicar isso em outros mercados nos quais também atue.
- Esses mercados têm impactos na soberania e na segurança alimentar e nutricional, pois a renda que geram é majoritariamente investida.
- Alguns também lidam com a troca não monetária de alimentos, o que, por sua vez, diversifica a dieta das famílias.

## **2.4 INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – BRASIL**

No Brasil, existe uma lei (Lei 11.947/09) que determina que 30% da alimentação escolar nas escolas públicas deve ser proveniente da agricultura familiar, e a compra de comunidades indígenas tem sido priorizada nessas transações.

## **2.5 ENLACE CONTINENTAL DE MULHERES INDÍGENAS (ECMIA)**

De modo geral, os mercados territoriais têm um valor importante para as mulheres, pois incentivam o diálogo e o encontro com outras mulheres, o que se traduz em maior consciência política, autonomia na tomada de decisões e no exercício dos seus direitos de forma integral.

### 2.5.1 Costa Rica

Enlace Continental de Mulheres Indígenas do povo Cabécar.

- As mulheres estão construindo um processo de conceitualização da justiça econômica.
- As mulheres indígenas pesquisadas utilizam 95% de seu dinheiro em alimentos e 5% em outras necessidades.
- 90% têm acesso à terra.
- Embora a maioria das mulheres indígenas na área de estudo (Costa Rica) tenha acesso à terra, a maior parte dos alimentos que elas e suas comunidades consomem não é produzida em seus locais, de modo que 95% do dinheiro que ganham é gasto com alimentos. Por exemplo: 90% das proteínas na cesta básica estão em embutidos, aves ou enlatados comprados de fora.
- O plantio de cacau é uma alternativa que permite que a comunidade não seja apenas fornecedora de matéria-prima, mas possa também processar alimentos.
- Projeto Olores, Colores y Sabores [Odores, Cores e Sabores]: as mulheres, além de participarem hoje da produção de alimentos saudáveis, poderão, no futuro, participar também da produção e da comercialização de condimentos.

### 2.5.2 Colômbia

Na Colômbia, especificamente na região amazônica, há uma iniciativa criada pela Associação MUTESA (Mujeres, Tejer y Saberes — Mulheres, Tecelagem e Saberes), composta por mulheres vítimas do conflito armado, sobretudo do deslocamento forçado. Essas mulheres criaram não apenas seu próprio mercado, que lhes permite divulgar os produtos da Amazônia, mas também um restaurante. Obs.: durante a pandemia esse processo ficou paralisado.

### 2.5.3 Peru

Em Cusco, Peru, há também outro processo: o Parque de la Papa [Parque da Batata]. Nele, as mulheres têm acesso a um mercado próprio, em que se compartilham diferentes produtos da região e se realiza um processo de troca e conservação de sementes. Integrante das feiras gastronômicas, possui cerca de 2000 variedades de batata. Nesse processo, mulheres e homens que recuperam o conhecimento ancestral conservam e reproduzem sementes ancestrais de batata.



# 3

## Quadro de Definições

Durante os debates, trocou-se impressões acerca das várias definições de “mercados territoriais” resumidas no quadro abaixo.

RELATOR (PONENTE)	DEFINIÇÃO / CARACTERÍSTICAS
Sergio Schneider	<p>(a) Os mercados territoriais são socialmente construídos; (b) possuem normas e regulamentos, como formas de fixação de preços e contratos locais de venda; (c) possuem mecanismos de governança, em que os atores sociais desempenham papel importante; (d) diferentemente de outros mercados, nos mercados territoriais os diferentes atores conseguem reter uma parcela maior do valor produzido, que não se limita ao preço, mas também ao valor em aspectos subjetivos; (e) surgem da sobreposição, possuindo também conexão com os mercados convencionais; (f) os mercados territoriais não são pequenos; (g) nem exclusivamente camponeses; (h) os mercados territoriais vão além das cadeias curtas; (i) permitem que seus agentes acessem o poder e o exerçam, de modo que potencializem sua agência e não sejam subordinados e determinados pelas estruturas; (j) os mercados territoriais são um bem comum para o qual temos que criar nossas regras; (k) neles não há um centro único, o centro são as relações; (l) não são baseados em preço e quantidade, pois o mais importante é a geração de valor social, e não de valor econômico; (m) a unidade de análise do mercado territorial é o próprio mercado com todos os seus atores.</p> <p>Diferencia-se assim do conceito "Mercado de Proximidade" e "Procura Pública" que competem ao Estado, não à comunidade</p>
Sofia Monsalve Suárez (IPES-Food)	<p>(a) São constituídos como um processo de construção coletiva, estando, assim, baseados em um determinado território; (b) são locais, regionais, mas também podem ser nacionais; (c) neles, há uma estreita conexão entre produtores e consumidores (a cadeia de distribuição de alimentos é curta); (d) são mercados diversificados, que têm maior resiliência e estabilidade em tempos de crise; (e) desempenham funções ecológicas, pois evitam e reduzem as emissões de CO2; (f) estão mais sintonizados com os ecossistemas em que se encontram; (g) estão ancorados em uma dimensão de saúde; (h) garantem a disponibilidade de alimentos frescos e diversos; (i) cumprem uma função social e produtiva, proporcionando maior remuneração para os pequenos produtores e dando-lhes maior controle e autonomia no que diz respeito ao comércio e à distribuição de alimentos; (j) em alguns lugares são informais ou estão a meio caminho entre o formal e o informal, enquanto outros possuem vínculos importantes com órgãos públicos.</p>
Álvaro Parrado (Universidade Nacional da Colômbia)	<p>(a) Parte da renda gerada é investida em soberania e segurança alimentar e nutricional; b) funcionam, em alguns casos, pela troca não monetária de alimentos, o que, por sua vez, diversifica a dieta das famílias.</p> <p>Os Mercados Territoriais são um conceito mais integral do que o de Cadeias e Circuitos Curtos de Comercialização; no entanto, sugeri contemplar o conceito de Sistemas Agroalimentares Territoriais, que incluiria os Mercados Territoriais.</p>
Gisela Illescas, (Organização de Articulação e Desenvolvimento Ecológico em Café Vida do MAELA)	<p>(a) Permitem uma alimentação e uma produção de alimentos ligadas à identidade e, através delas, um fortalecimento como comunidades e povos indígenas; (b) permitem a transmissão, a conservação e o resgate de conhecimentos; (c) implicam produção e troca de alimentos ligadas à sazonalidade; (d) possuem uma ética do cuidado e cuidado coletivo, em que não se consome para desperdiçar; (e) realizam trocas não monetárias; (f) fortalecem os laços comunitários e coletivos entre produtores e consumidores de alimentos; (g) ajudam a reduzir a desigualdade de gênero; (h) promovem a soberania alimentar; (i) atuam na conservação de sementes.</p>
Juliana Millan (Associação de Trabalho Interdisciplinar – ATI)	<p>(a) Implicam um controle da intermediação; (b) e uma regulação dos preços; (c) envolvem uma conscientização por parte dos atores de todo o sistema, desde a produção até a comercialização; (d) favorecem maior diversidade alimentar e melhor uso do ecossistema; (e) geram grande capacidade de reação coletiva aos momentos de crise; (f) articulam-se com os mercados em escalas maiores.</p>

# 4

## Exemplos de Barreiras aos Mercados Territoriais e Como Superá-las

### *Introdução de Elisabetta Recine, membro do painel IPES-Food*

Elisabetta Recine é professora da Universidade de Brasília, membro do Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutricional e do Comitê Gestor da Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável. Integra também o grupo temático sobre alimentação e nutrição da Associação Brasileira de Saúde Pública, o painel de especialistas do IPES-Food, e é a nova presidente do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA). Elisabetta apresentou uma síntese dos diálogos regionais, juntamente com dados de um estudo realizado no Brasil que discutiu o abastecimento popular no âmbito da pandemia de Covid-19.

Aprofundou-se principalmente em desafios estruturais, especificamente em relação ao comércio, finanças e investimentos internacionais. Entre as questões tratadas, mencionou o consenso de que há uma necessidade urgente de modificar as regras da Organização Mundial do Comércio para que os países possam diversificar, expandir e comercializar sua produção. Em outras palavras, para que possam as ferramentas políticas – especialmente os países em desenvolvimento e aqueles com maior vulnerabilidade.

Outra limitação fundamental que salientou é a questão do acesso a crédito e financiamento de acordo com as condições das populações que organizam e integram os Mercados Territoriais, como os produtores da agricultura familiar e outros tipos de pequenos produtores, tendo em vista que, na maioria dos países, os créditos são cooptados pela indústria. Além disso, há uma insuficiência nos processos de assistência técnica que permitam, por exemplo, a transição agroecológica. Outro ponto interessante mencionado foi a vulnerabilidade da economia informal. Os mercados territoriais têm sido considerados como uma atividade menor ou relacionados à assistência social, além de serem muitas vezes penalizados por sua suposta informalidade, dificultando a produção e a comercialização de alimentos.

Um grande desafio para a transformação dos sistemas alimentares é a cooptação dos mercados territoriais pela indústria, seja a cooptação da sua narrativa ou a cooptação prática de suas estratégias, como a linguagem usada ou os valores que estão desenvolvendo.

Em relação aos resultados da caracterização de 267 iniciativas de abastecimento local no Brasil durante a pandemia, um ponto importante identificado é que houve um aumento na demanda por alimentos frescos e que, muitas vezes, não houve capacidade de responder a essa demanda. Para lidar com esse desafio, foram constituídas parcerias com outras organizações e desenvolvidas iniciativas para melhorar o acesso às tecnologias digitais, para facilitar a comunicação tanto entre experiências quanto com aqueles que precisavam desses alimentos.

Vale destacar também que essas iniciativas, que têm como base o princípio da reciprocidade entre consumidores e produtores, desenvolvem práticas emancipatórias para as comunidades de modo geral, e especialmente para mulheres e jovens. Nessas experiências, a sociedade civil tem um papel de protagonista na construção de modelos de produção, formas de comercialização e acesso aos alimentos.

Em relação aos aspectos que são necessários para sustentar a constituição desse tipo de experiência, mencionou-se: a) concepção da alimentação como um direito, e não como uma mercadoria; b) obrigação do Estado de desenvolver políticas públicas; c) constituição de uma governança participativa e democrática; d) consideração do território como uma unidade de planejamento; e) não verticalização das ações, de modo que o território seja o local privilegiado para propor essas iniciativas e sua coordenação, ou seja, é fundamental que as ações não sejam impostas de cima para baixo, mas que as entidades institucionais promovam possibilidades e capacidades.

Na seguinte secção, as barreiras são identificadas por um triângulo vermelho ▲ e as soluções são identificadas por uma seta verde →

## Perguntas Orientadoras

*Quais são as barreiras para os mercados territoriais mais transformadores na sua região e como elas estão sendo superadas?*

*O que é necessário para apoiar o avanço dos mercados territoriais mais transformadores na sua região? (por exemplo, mecanismos estruturais como infraestrutura, financiamento, governança, apoio político e/ou estratégias e alianças, etc.).*



#### 4.1. O papel do estado

- ▲ Os Estados ainda não deram aos mercados territoriais um lugar adequado em sua agenda.
  - ▲ Os mercados territoriais têm dependido de mudanças e conjunturas políticas; onde há mudanças de governo, as regras podem ser alteradas e, portanto, também os atores
  - ▲ As iniciativas de mercados territoriais são geralmente informais.
  - ▲ É importante distinguir os mercados territoriais de outros tipos de mercados, como mercados de proximidade e institucionais, pois sem essa distinção é muito difícil que políticas públicas sejam geradas para mercados territoriais.
  
  - ▲ A certificação de produtos orgânicos por um órgão governamental é um processo tortuoso.
  - ▲ Não há financiamento para a Agricultura Familiar e Camponesa.
  - ▲ A logística é projetada para o transnacional, não para o local.
  - ▲ Os mercados institucionais são projetados para as empresas.
  - ▲ Os direitos das comunidades não podem ser garantidos se continuarem a ser pensados apenas em termos de “produtores”.
  - ▲ Não há empresas brasileiras produtoras de sementes.
  - ▲ Não há empresas brasileiras produtoras de sementes.
  - ▲ Precariedade dos serviços públicos.
  - ▲ Relações de poder desiguais entre instituições governamentais e não governamentais que apoiam os mercados e as famílias produtoras.
- 
- O Estado deve fortalecer o papel da alimentação escolar e das compras públicas de alimentos em geral.
  - Tornar os mercados territoriais visíveis e participar de sua construção. Isso pode se dar, por exemplo, com a potencialização de suas capacidades, em que o conhecimento dos camponeses é levado em conta.
  - Gerar estratégias para que os camponeses tenham acesso aos mercados e seus produtos alcancem os consumidores.
  - Formalizar os mercados sem burocracia excessiva.
  - Realizar a certificação dos alimentos orgânicos e agroecológicos de forma participativa e coletiva. Trata-se de um processo que já está em curso, mas que deve ser formalizado pelos Estados.
  - Fornecer infraestrutura e logística para melhorar o livre acesso aos alimentos, sua comercialização, processamento e gerar outras formas de agregação de valor.
  - Promover a institucionalização dos mercados territoriais, da agroecologia e dos processos colaborativos (cooperativas e associações), para que não dependam de mudanças e circunstâncias políticas.
  - Fortalecer a governança participativa e democrática.
  - Adotar o território como unidade de planejamento.
  - Democratizar o acesso aos alimentos produzidos pelos mercados territoriais por meio do estabelecimento de preços mais justos com apoio estatal.
  - Criar um sistema de informação democrático.

## 4.2 Dimensão de gênero: violência e desigualdades

- ▲ Pouco acesso à terra.
- ▲ As mulheres que fazem agroecologia estão extremamente estressadas, já que não apenas assumem empregos no mercado, mas também cuidam dos trabalhos organizacionais necessários para manter e sustentar esses espaços. Além disso, em função do grande número de horas que trabalham, não conseguem ter uma boa alimentação.
- Promover a participação das mulheres não apenas na produção de alimentos saudáveis, mas também na produção e na comercialização de produtos processados.
- Transformar as relações de cuidado na família, de modo que as tarefas sejam redistribuídas com seus companheiros. Isso é fundamental para que as mulheres tenham tempo para participar de processos organizacionais, treinamento, processos de certificação etc.
- Nos sistemas participativos de garantia, incluir também questões nutricionais, e não apenas de produção nos critérios de certificação, de modo a corroborar o cuidado da família consigo mesma como parte do sistema agroecológico.

## 4.3 Alianças com universidades, produção acadêmica e abordagem conceitual

- ▲ Em geral, não rompem com a ideia de alimento como mercadoria.
- ▲ Há dependência e apropriação dos mercados pelas universidades, que se tornam proprietárias deles, enquanto e os camponeses são relegados a um segundo plano ou os se tornam dependentes. A ausência de seu apoio os deixa em condição de vulnerabilidade.
- ▲ A academia não lida efetivamente com a realidade das pessoas e, como consequência, os conceitos não correspondem a essa realidade.
- ▲ As comunidades estão sendo instrumentalizadas e não lhes é dada voz em termos de propostas para a soberania alimentar.
- Realizar eventos que articulem experiências acadêmicas e organizacionais, em que os problemas sejam reconhecidos e soluções sejam propostas diante da instrumentalização da soberania alimentar.
- Formar profissionais que contribuam com essa questão nas universidades.
- Os mercados devem pertencer aos produtores, e não às instituições.

## 4.4 Sistemas alimentares ancestrais

- ▲ Não estão sendo feitos esforços suficientes para recuperar os sistemas alimentares ancestrais.
- ▲ No âmbito alimentar, os povos indígenas dependem do mercado externo.
- ▲ As comunidades indígenas e as mulheres têm pouco acesso à economia (ao mercado em diferentes níveis), com limitações à sua participação.
- ▲ Esses sujeitos não acessam a capacidade de produzir para garantir sua alimentação e a qualidade dos alimentos que consomem.
- Recuperar o sistema alimentar: primeiro, trabalhando para constituir uma cesta básica adequada e/ou construindo a cesta básica indígena, por meio do inventário alimentar potencial e existente no território, e, depois, trabalhando na produção e no excedente.
- Promover o mercado de troca, que revitaliza uma prática ancestral de economia.

- Criar alternativas que permitam que as comunidades não sejam apenas provedoras de matérias-primas, mas que também possam processar alimentos.
- Promover a recuperação de conhecimentos, sementes e receitas.

#### **4.5 Indústria, sistema alimentar convencional e violência**

- ▲ As grandes cadeias concentram a produção.
- ▲ A apropriação de terras para a produção de monoculturas orgânicas está deslocando as famílias de produtores.
- ▲ A violência – principalmente a violência no campo – se apresenta como um dos principais obstáculos para que esse tipo de mercado avance.
- ▲ Esvaziamento dos territórios rurais.
- ▲ A agricultura periurbana é majoritariamente convencional.
- ▲ Em geral, não se consomem os produtos nacionais.
- ▲ Os mercados e circuitos não chegam às comunidades vulneráveis, mas se tornam nichos para as classes média e alta.

#### **4.6 Aspectos organizacionais**

- ▲ Muitas populações camponesas e indígenas que se dedicam à produção de alimentos estão envelhecendo e não há uma clara mudança geracional.
  - ▲ É necessário que as pessoas interessadas na questão dos mercados territoriais apoiem o trabalho.
  - ▲ As pessoas não valorizam a produção diferencial.
  - ▲ É preciso criar acordos entre produtores sobre a governança dos mercados: alguns querem apenas produzir e vender, mas não se interessam pela associatividade.
- Construir um forte tecido social e comunitário.
  - Criar alianças entre produtores e consumidores.

#### **4.7 Mudanças climáticas**

- ▲ Efeitos das mudanças climáticas: a seca vivida hoje está reduzindo a produção.





# 5

## Observações Finais por Sofía Monsalve Suárez, membro do painel IPES–Food

A princípio, foi planejado que uma representante da [Aliança pela Soberania Alimentar na América Latina](#) seria responsável pelo fechamento; no entanto, devido a questões logísticas e técnicas, não foi possível fazê-lo dessa forma. Foi mencionado, contudo, que a Aliança está embarcando no processo Nyéléni III, de uma Grande Conferência pela Soberania Alimentar 2025. Portanto, nas palavras de Sofía Monsalve, as reflexões feitas nesses Diálogos sobre Mercados Territoriais desempenharão um papel central em tal Conferência, pois se trata precisamente de colocar muitos mais atores, e não apenas aqueles que produzem alimentos, em um debate sobre como transformar os sistemas alimentares.

Finalmente, todas e todos os que participaram do Diálogo foram agradecidos e enfatizou-se a existência de uma impressionante diversidade de perspectivas. Também se agradeceu o trabalho realizado pelas intérpretes e pelas pessoas que atuaram em toda a organização e logística do evento, assim como o trabalho dos estudantes que ajudaram na tomada de notas.



# 6

## Anexo

### 6.1 Lista de fontes mencionadas pelo/as participantes

- Organização de Articulação e Desenvolvimento Ecológico em Café Vida do Movimento Agroecológico da América Latina e Caribe [Organización de Vinculación y Desarrollo Ecológico en Café Vida del Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe]. (2023). Apresentação.
- Movimento Agroecológico da América Latina e Caribe [Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe]. (2023). Mapa de redes para promoção da agroecologia.
- Parrado, A. Molina J.P. (2014). Mercados Campesinos: modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la Región Central de Colombia. Convenio OXFAM GB – Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Recine, E. (2022). Apresentação. IPES-FOOD.
- Parque da Batata [Parque de la Papa]: <https://parquedelapapa.org/>
- Mercado Territorial da Universidade de Quilmes: <https://mercadoterritorial.com.ar/>
- Recine, E.; Preiss, P.V., Valencia, M. et al. 2021. The Indispensable Territorial Dimension of Food Supply: A View from Brazil During the COVID-19 Pandemic. *Development*, 64, p. 282–287. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41301-021-00308-x>
- La Coperacha: <https://lacoperacha.org.mx/redal-app-de-soberania-alimentaria-en-mexico/>

# Mercados Territoriais e Transformação dos Sistemas Alimentares: Avanços em Agroecologia, Soberania Alimentar e Direitos Humanos

Diálogo Latino-Americano  
14 de março 2023



[ipes-food.org](https://ipes-food.org)



[@IPESfood](https://twitter.com/IPESfood)